

El audiovisual LGBT

Un análisis crítico sobre la representación de la diversidad sexual e identidad de género en los siglos XX y XXI

Trabajo Final de Licenciatura en Periodismo

Realizado por: Lucila Belén Fenoglio

Directora de carrera: Mg. Ana Laura García Luna

Tutora: Prof. Lic. Andrea Scrocca

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

21 de mayo de 2019

belen.fenoglio@gmail.com

1162355597

Agradecimientos

A Andrea, mi tutora, por haberme asistido durante todo el proceso —ya fuera por WhatsApp, e-mail o recibéndome en su propia casa— a pesar de los contratiempos y dificultades para encontrarnos.

A Alejandro, mi compañero de trabajo y licenciado en Edición, por motivarme a finalizar el trabajo con sus observaciones y sugerencias para lograr el mejor resultado.

A Sofía, Juan, Magalí, mis papás y mi hermano por brindarme su apoyo y aliento en la conclusión de esta etapa.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción.....	3
1. Marco teórico.....	6
1.1. La construcción de una realidad subjetiva.....	6
1.2. El auge de la cultura visual	8
1.3. Sociología del género, el amor y la sexualidad	12
1.4. Acerca de los casos de estudio seleccionados	19
2. Antecedentes de la representación audiovisual LGBT.....	21
2.1. Las primeras apariciones LGBT en la historia del cine.....	21
2.2. El cuestionamiento interno	25
2.3. Historias reales que llegan a la pantalla grande.....	29
2.4. La evolución de la temática en la televisión nacional	33
3. Análisis de la representación audiovisual LGBT contemporánea	43
3.1. Mi mejor amigo (2018)	43
3.2. Una mujer fantástica (2017)	51
3.3. About Ray (2015).....	56
4. Conclusiones.....	61
Lista de referencias.....	65
Apéndices	I

“El único sentimiento que puede experimentar una persona sobre un hecho no vivido, es el sentimiento que despierta en ella la imagen mental que se hace del hecho”

Walter Lippmann, 1922

En las sociedades contemporáneas el rol de la imagen se ha visto potenciado con la irrupción de las nuevas tecnologías. Y no es para menos: la información visual llega a más personas con mayor rapidez, lo cual ha decantado en la construcción de una cultura visual. Una cultura que no pasa desapercibida ante los ojos de una sociedad hipertecnologizada, que vive su día a día conectada a través de distintas pantallas con un gran poder de influencia sobre la forma de entender el mundo. Dicho influjo es tal que, de acuerdo con el politólogo y sociólogo italiano Giovanni Sartori (1997), “no importa que la imagen pueda engañar aún más que las palabras [...], el ojo cree lo que ve. Lo que se ve parece real, lo que implica que parece verdadero” (pp. 71-72).

En consecuencia, es evidente el poder de los medios audiovisuales sobre las opiniones que desarrolla su público. Cuando Sartori (1997) se propuso analizar el medio hegemónico de su época —la televisión— llegó a la conclusión de que esta no se limitaba a reflejar los cambios que se producían en la sociedad. Por el contrario, la televisión reflejaba los cambios que ella misma promovía a largo plazo, lo cual deja bien en claro una cuestión: que todos los cambios sociales deben ser impulsados a través de la fuerza de estos medios. Porque dicha influencia es la que lleva a la inclusión de determinados temas en la agenda pública, tales como la despenalización del aborto, la eutanasia o la legalización del matrimonio igualitario y el reconocimiento de los derechos de las personas trans.

De esta forma se desprende el objeto del presente Trabajo Final de Licenciatura (en adelante, TFL): analizar la representación audiovisual de la comunidad LGBT¹ —conformada por lesbianas, gays, bisexuales y personas trans (travestis, transexuales y transgéneros)— desde una perspectiva histórica, dando cuenta de los diferentes tipos de contenido según el contexto socio-normativo y sus posteriores consecuencias e influencias en la sociedad. Para ello se ha decidido contrastar los antecedentes más destacados de Estados Unidos y Argentina en la temática con tres casos de estudio de películas actuales: *Mi mejor amigo* (Argentina, 2018), *Una mujer fantástica* (Chile, 2017) y *About Ray* (Estados Unidos, 2015).

¹ “LGBT” es una sigla compuesta por las iniciales de las palabras: lesbiana, gay, bisexual y trans (travestis, transexuales y transgéneros).

A partir del siglo XXI, tanto en Argentina como en Estados Unidos las personas LGBT han logrado obtener un mayor reconocimiento legal de sus derechos. Sin embargo, aún persisten graves situaciones de discriminación y violencia, ya que los avances normativos no son suficientes para contrarrestar por sí solos los prejuicios culturales. Y tomando en consideración el análisis propuesto por Sartori (1997) respecto a la influencia social de la televisión, la calidad con que la comunidad es representada audiovisualmente incidiría de forma directa en su nivel de aceptación general. Pero tanto en Argentina como en el resto del mundo aún persiste una representación heteronormativa² de la realidad: es mínimo el porcentaje de homosexuales, bisexuales o personas trans que acapara un espacio protagónico en los medios. En consecuencia, al mirar la televisión, escuchar la radio o leer las noticias con detenimiento, se puede apreciar que el punto de vista desde el cual se interpreta la realidad es siempre heterosexual. Lo curioso es que ello no se aprecia a simple vista; está tan arraigado a la sociedad que, sencillamente, no se ve.

Pero una representación heteronormativa de la realidad solo trae consigo efectos negativos sobre la imagen que la sociedad construye sobre la comunidad LGBT. Porque gran parte de ella no ha tratado nunca —al menos en forma consciente— con un gay, lesbiana, bisexual o trans, de manera que el único conocimiento que tienen sobre la comunidad es la imagen construida a partir de los medios de comunicación. Como sostiene el sociólogo francés Patrick Champagne (1993), “los medios fabrican colectivamente una representación social que, aun cuando esté bastante alejada de la realidad, perdura [...] y por lo tanto moviliza en primer lugar los prejuicios y tiende, con ello, a redoblarlos” (p. 2). Por ende, ¿cómo esperar un cambio de paradigma sin una modificación en las bases de sus contenidos?

Otra vertiente del problema: la construcción de un estereotipo tiene incidencia sobre la visión que la propia comunidad tiene sobre sí misma porque, para una gran parte, puede que esa representación sea su única referencia. Ricardo Llamas (1997), sociólogo español especializado en homosexualidad, ha analizado el presente problema en su libro *Miss Media: una lectura perversa de la comunicación de masas*. De acuerdo con el autor, las personas podrían llegar a pensar: “Como soy gay, me tengo que pasar el día en discotecas y viajando. Porque en todos los medios dicen que ese es nuestro modo de vida” (1997).

² Concepto acuñado por el crítico literario y teórico social Michael Warner en 1991, quien definió la heteronormatividad como “el conjunto de las relaciones de poder por medio del cual la sexualidad se normaliza y se reglamenta en nuestra cultura, y las relaciones heterosexuales idealizadas se institucionalizan y se equiparan con lo que significa ser humano”.

A nueve y siete años, respectivamente, de la aprobación de las leyes de Matrimonio Igualitario e Identidad de Género en Argentina, la importancia del presente trabajo responde a dicho contexto político y social. Se plantea aquí el análisis de una problemática que afecta no solo a quienes aún se ven vulnerados en sus derechos, sino a toda la sociedad en su conjunto. Porque tal y como dejó sentado la psicoanalista argentina Irene Greiser (2017) en su libro *Sexualidades y legalidades*, es evidente que los lazos humanos han ido variando a lo largo del tiempo. Y las configuraciones familiares —como toda relación de poder— han sufrido modificaciones que obedecen a una multiplicidad de factores, que por lo tanto merecen ser estudiados en profundidad.

En cuanto al campo académico, el presente análisis resulta relevante tanto para profesionales como estudiantes de las distintas disciplinas del área de la comunicación porque son —y serán— los encargados de desarrollar nuevos tipos de contenido en el futuro. Por ende, analizar producciones audiovisuales de calidad que tratan la diversidad sexual y la identidad de género desde un punto de vista verosímil, que son premiadas a nivel internacional, abren el debate social y, como resultado, obtienen miles de seguidores, podría llevar a replantear la estructura narrativa clásica de las ficciones.

Mediante la recopilación de datos bibliográficos, la realización de entrevistas a profesionales en la materia y el posterior análisis cualitativo de los casos de estudio elegidos, se pretende hacer un aporte académico al campo de la comunicación audiovisual. Se buscará comprobar si, efectivamente, ha habido un cambio de paradigma en cuanto a la representación audiovisual de la comunidad LGBT.

Conforme esta línea, en el curso de la investigación se abordarán las siguientes cuestiones:

1. ¿Cómo se ha manifestado la evolución histórica en la representación de la comunidad LGBT a lo largo de los siglos XX y XXI? ¿Cuáles han sido los casos audiovisuales más icónicos a nivel nacional e internacional?
2. Argentina, Chile y Estados Unidos son los países de procedencia de los casos de estudio seleccionados. ¿Cuál es el marco legal en cada uno de ellos respecto a los derechos de las personas LGBT?
3. ¿Se está ante un cambio de paradigma audiovisual en el tratamiento de la temática LGBT?

1.1. La construcción de una realidad subjetiva

La visión que cada individuo posee sobre el mundo que lo rodea es relativa: todo responde a un conjunto de creencias, ideas y experiencias personales. Hace cientos de años los filósofos hindúes aseguraban que la Tierra era plana y estaba sostenida por cuatro elefantes que, a su vez, descansaban sobre el caparazón de una tortuga gigante. Ese era el mundo que conocían. Ese era su mundo real e incuestionable.

En esa línea de análisis, Walter Lippmann (1922) fue uno de los intelectuales más destacados en cuanto a la comprensión que hacen los seres humanos sobre su realidad sociopolítica y cultural. Como comentarista político, filósofo y periodista, publicó el libro *La Opinión Pública* en 1922. Su objetivo fue hacer una evaluación crítica del gobierno democrático y las percepciones sociales que influyen en el comportamiento individual. Para ello, realizó un análisis que combinó el estudio de los medios de comunicación, las ciencias políticas y la psicología social.

El autor teorizó acerca de cuán indirecto es el conocimiento humano sobre el ambiente en que vive. Este es por demás complejo, imposible de comprender de forma directa, por lo que para facilitar su vida diaria, el hombre crea un pseudoambiente entre él y su ambiente real. Ello implica reconstruir la realidad sobre un molde más sencillo, en el que influyen tres factores: experiencias personales, creencias y las representaciones consumidas a través de los medios de comunicación.

Las experiencias circunscriben el marco de realidad por medio de los hechos vividos y el círculo de amistades en el que cada quien se relaciona. Ello significa que las personas atemorizadas de afrontar hechos que pudieran amenazar su rutina, o con contactos sociales limitados respecto de las diferentes formas de vivir la sexualidad³, tendrán un conocimiento más acotado de la realidad.

En cuanto a la noción de “creencia”, esta es considerada por el grueso de los autores como un fenómeno cercano a la actitud, puesto que se sustenta en la convicción del individuo. El filósofo español José Ortega y Gasset señalaba, hace más de medio siglo, que “las ideas se tienen y en las creencias se está” y sostenía que las creencias “se confunden para nosotros con la realidad misma [...] por eso no solemos formularlas, sino que nos

³ Característica mencionada conforme el objetivo de análisis planteado en el presente TFL. Los contactos sociales limitados engloban diferencias políticas, económicas y culturales.

contentamos con aludir a ellas como solemos hacer con todo lo que nos es la realidad misma” (Ortega y Gasset, citado por Carozzi, Maya, Mangrassi, 1980, p.171).

Según Daniel Sinópoli (1997), las creencias de una cultura son consideradas conocimiento por una sociedad. Es mediante ese “saber” que toda sociedad impone un orden común de interpretación, por el cual la experiencia pasa a convertirse en conocimiento que los individuos internalizan como objetivo. Osvaldo Dallera señala en su libro *Comunicación y creencias* que “todos nosotros creemos en algo y no podríamos vivir ni orientarnos en el mundo diariamente si no creyéramos [...] Creo, y es verdad, pero no necesariamente es verdad aquello en lo que creo” (Dallera, citado en Sinopoli, 1997, p.7).

Por otro lado, el periodismo intensifica la organización de la opinión pública al imponer sus propias imágenes mentales. Y si no, ¿por qué se considera a Hitler como uno de los peores genocidas en toda la historia? Una imagen mediática se ha construido con el correr de los años, en la que todos lo identifican como tal aunque no lo hayan vivido —o sufrido— en primera persona.

Ya a partir de la aparición de los primeros medios masivos de comunicación, la opinión pública ha quedado por siempre ligada a ellos [...] Por tanto, cuando se reflexiona acerca de la opinión pública, esa reflexión debe llevarse a cabo contemplando el papel y los efectos de los mass media (D^a Adamo, 2000, p.12).

En síntesis, la adaptación del individuo a una sociedad se lleva a cabo por medio de ficciones: “Por ficción no quiero decir mentira, sino representación del ambiente que, en mayor o menor grado, ha sido hecha por el hombre mismo” (Lippmann, 1964, p.15). Por ende, su comportamiento en sociedad responderá siempre a ese pseudoambiente, pero las consecuencias de sus actos se verán reflejadas en el verdadero, aquel que es compartido a nivel social. Lippmann afirma que “[todos los hombres] viven en el mismo mundo, pero piensan y sienten en mundos diferentes” (1964, p.17).

A modo de cierre, el punto central del apartado que interesa a los fines del presente TFL es el proceso de construcción de una representación subjetiva de la realidad. Porque son las imágenes mentales de cada individuo las que determinan sus pensamientos, sentimientos y acciones. Y se ha puesto de manifiesto que los medios de comunicación son un gran factor de influencia al momento de determinar esas ideas y formas de concebir el mundo. En este sentido, Elisabeth Noelle Neumann (1994) señala, en relación a su obra *La espiral del silencio*, el poder que poseen los medios de comunicación en la capacidad de cambiar actitudes.

1.2. El auge de la cultura visual

En el ámbito académico, la expresión “cultura visual” engloba todos los aspectos del mundo contemporáneo basados en elementos visuales tales como la fotografía, el cine, la televisión o la publicidad. Acontecimientos como la invención de la imprenta por Gutenberg, la primera fotografía tomada por Joseph Nicéphore Niépce o las imágenes “en movimiento” de los hermanos Lumière, han sido determinantes en la construcción de una cultura de la imagen. Sin embargo, su mayor hito fue a finales del siglo XX, con la irrupción de las nuevas tecnologías que han promovido una cotidianidad desarrollada a través de las pantallas.

Según Nicholas Mirzoeff (1999), la cultura visual estudia la vida cotidiana posmoderna desde la perspectiva del consumidor, haciendo énfasis en los acontecimientos visuales en los que este busca información, significado o placer ligados a la tecnología visual. Es así como la evolución de Internet, los dispositivos móviles, la televisión y las computadoras dio lugar a lo que William John Thomas Mitchell denominó, en el año 1994, la “teoría de la imagen”, según la cual se ha adoptado una visión más gráfica y menos textual del mundo. “Desde luego, no soy yo el primero en sugerir que vivimos en una era dominada por las imágenes, las simulaciones visuales, los estereotipos, las ilusiones, las copias, las reproducciones, las imitaciones y las fantasías” (Mitchell, 2009 [trabajo original publicado en 1994], p. 10).

Para explicar los cambios de paradigma sucedidos a lo largo del tiempo, el filósofo estadounidense Richard Rorty describió la historia de la filosofía como una serie de “giros” en la que “un nuevo conjunto de problemas aparece y los antiguos comienzan a desaparecer” (citado en Mitchell, 2009, p.19). De esta forma, Rorty dividió la historia de la filosofía en tres etapas: (1) la de la filosofía antigua y medieval, preocupada por las cosas, (2) la situada entre los siglos XVII y XIX, preocupada por las ideas, y (3) la escena filosófica ilustrada contemporánea, preocupada por las palabras. Esta última fue denominada por él como “giro lingüístico”, idea que planteaba a la sociedad como un texto, cuya naturaleza y representaciones científicas son discursos, e incluso se plantea que el subconsciente de cada individuo está estructurado como un lenguaje.

Sin embargo, Mitchell (2009) sostiene que hoy en día estamos ante un nuevo giro: “el giro pictorial”, preocupado más por las imágenes que las palabras. Y si bien este giro parece tener sus inicios a partir de la segunda mitad del siglo XX, ello en realidad es solo una paradoja.

Por un lado, es evidente que las nuevas tecnologías han producido nuevas formas de simulación visual con un poder sin precedentes. Pero por otro, según el autor, la